

## Lutar contra uma cultura vale a pena?



À véspera da semifinal da Copa do Mundo, ainda se lia nos jornais reclamações de empresários sobre o impacto da competição em seus negócios. As vendas caíram por causa da Copa. A produção caiu por causa da Copa. A economia foi prejudicada pela Copa. Independente de as afirmações estarem corretas ou não, fica evidente que faltou planejamento para enfrentar uma realidade que vinha sendo desenhada desde aproximadamente 2005, quando se vislumbrava o evento no Brasil.

Claro que mesmo após a confirmação de que seríamos anfitriões do maior evento futebolístico do mundo, não dava para prever exatamente como o mercado local reagiria. Mas já era sabido que se tratava de um campeonato curto com duração exata de um mês, com dia e hora para começar e terminar. Que a atenção do público se voltaria essencialmente ao futebol. Que o Brasil pararia para assistir aos craques do mundo todo. Que somente produtos e serviços relacionados ao turismo, nas cidades-sede, teriam crescimento de demanda garantido.

Quando houve o sorteio das seleções e a FIFA definiu o local e o calendário das partidas, já se sabia que nos dias de apresentação do Brasil os brasileiros que não fossem aos estádios ficariam ansiosos por estar com seus familiares e amigos diante de uma boa tela de TV para torcer. Se os jogos fossem em dias úteis e durante o horário de trabalho, as empresas ficariam praticamente inativas pelo menos uma ou duas horas antes e após cada duelo. Ninguém trabalharia direito enquanto o Brasil estivesse em campo em um evento dessa magnitude.

A definição da agenda ocorreu um bom tempo antes de o campeonato começar. Não seria tempo o suficiente para o empresário tomar as providências necessárias para fazer a travessia desse período sem sofrimento? Muitas empresas certamente pensaram em tudo e souberam tirar o melhor proveito possível da Copa do Mundo. Mas essa postura não parece ter sido a da maioria. Porque mal os jogos começaram, começaram as reclamações e a Copa tornou-se um agravante de uma crise, que nada mais era que uma crise de gestão.

Cada desafio em campo era para ser de confraternização e alegria. Ter um telão na empresa. Pipoca à vontade. Camisas verde, amarela e azul tomando conta do escritório e da fábrica. Não seriam aquelas horas supostamente perdidas que compensariam o drama de um mês perdido. Afinal, não podemos perder de vista que o Brasil não vive uma crise econômica estrutural irreversível. A crise econômica propriamente dita, que está sendo enfrentada pelos empresários brasileiros, tem outras razões, bem mais complexas e profundas, que vão além do evento esportivo.

Como já enfatizei, o Campeonato tem começo, meio e fim. Depois a vida continua. Futebol é uma paixão nacional. Não se luta contra uma cultura, contra uma tradição. O melhor é compreendê-la e tê-la como aliada. Isso vale para a Copa do Mundo. Isso vale para o Carnaval. Não se resolvem problemas organizacionais dessa maneira, se contrapondo ao que deveria ser motivo de fortalecimento.



Alessandro Natal é Diretor da UNIC Gestão e Negócios Empresariais - Empresa especializada em Gestão Empresarial e Desenvolvimento de Profissionais e Lideranças.

Formado em Administração de Empresas – Habilitação em Sistemas de Informação.

Palestrante em cursos, treinamentos e eventos para preparação de profissionais para o mercado atual.

Auditor Líder de Sistema de Gestão da Qualidade certificado pelo RABQSA.

Colunista do Carreira & Sucesso da Catho nos assuntos de Gestão Empresarial e Liderança e na Revista Atitude Empreendedora.

Contato: [alessandro@unicgestaoenegocios.com.br](mailto:alessandro@unicgestaoenegocios.com.br)